

## Der digitale Wettbewerb um gute Köpfe

Arbeitgeber-Image und Recruiting von Startups in digitaler Zeit

Ausgangspunkt: hohe Konkurrenz um qualifizierte Beschäftigte

- Scheitern von Startups: ein funktionierendes Team als 1 von 3 wichtigsten Gründen (CB Insight 2014)
- trotz leichter Verbesserung in 2017: für 2/3 der Start-ups sehr schwierig bis eher schwierig, die richtigen Mitarbeiter zu finden bei steigendem Mitarbeiterbedarf (PWC 2017)
- Unterschiede im Recruiting von Startups: digital orientierte und always on-Gründergeneration
- Erfolgsfaktor Kommunikation im Arbeitgeber-Image: „system of sentiments“ für aktuelle & potentielle Mitarbeiter

Untersuchung:

- digital basierte oder traditionelle Recruiting-Maßnahmen
- Kommunikationspraxis von Startups
- Studie mit experimental-exemplarischen Design: Kanäle, Intentionen heutiger Startup-Kommunikation zum Recruiting und in der Mitarbeiterkommunikation inkl. Fallstudien und Inhaltsanalyse der Außendarstellung mit Bezug zu Recruiting und Mitarbeiterkommunikation ausgewählter Startups



Prof. Dr. Astrid Nelke  
Prof. Dr. Angela Bittner-Fessler



## Erstes Ergebnis: Arbeitgeber-Image und Recruiting von Startups in digitaler Zeit



## Ausgewählte Literatur

- Bittner-Fessler, A.; Leben, B. (2016). Nachhaltiges Wirtschaften in der Kommunikation von Startups, oder: CSR und Nachhaltigkeit als Chance für junge Unternehmen. In Gordon, G., Nelke, A. (Hrsg.). Verantwortung und nachhaltige Innovation. S. 39-54. Springer Gabler: Wiesbaden.
- Bödeker, N., Hübbe, E. (2010). Etappe 5: Talentmanagement. In Meifert, M. T. (2010) (Hrsg.). Strategische Personalentwicklung. Ein Programm in acht Etappen. 2. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
- CB Insights 2014: The U.S. Venture Capital Year in Review – 2014. <https://www.cbinsights.com/venture-capital-2014>. Abruf 2.5.2017.
- Gutmann, J. und Gatzke, E. (2015) Talentmanagement. Freiburg: Haufe-Lexware.
- Nelke, A., Steffen, A., Engel, P. (2016): Die richtige Einstellung: Chancen und Herausforderungen für Employer Branding in der öffentlichen Verwaltung - Eine Standortbestimmung des Nationalen E-Government Kompetenzzentrums e.V. (NEGZ) zum Aufbau einer starken Arbeitgebermarke (Employer Brand) als mögliche Antwort der öffentlichen Verwaltung auf den „War of Talents“. S. 21-32. In Nationales E-Government-Kompetenzzentrum (NEGZ) (Hrsg.). Berlin.
- Nelke, A. (2015). Employer Branding – Eine starke Arbeitgebermarke als Chance in der Krise, in: Beate Dahlke, Astrid Nelke, Manuela Zipperling (Hrsg.), FOM-Tagungsband Unternehmenskommunikation Zipperling (Hrsg.). FOM-Tagungsband Unternehmenskommunikation in der Krise. Essen: MA Akademie Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH.
- PWC 2017: Start-up-Unternehmen in Deutschland, PWC, 2017. <https://www.pwc.de/de/branchen-und-markte/startups/startup-unternehmen-im-jahr-2017/management-summary-startup-studie-2017.html> Abruf 1.8.2017
- Rath, B. H., Salmen, S. (2012) (Hrsg.). Recruiting im Social Web. Talentmanagement 2.0 – So begeistern Sie Netzwerker für Ihr Mitmach-Unternehmen! Göttingen: BusinessVillage.
- Ritz, A., Sinelli, P. (2011). Talent Management – Überblick und konzeptionelle Grundlagen. In Ritz, A., Thom, N. (2011) (Hrsg.) Talent Management – Talente identifizieren, Kompetenzen entwickeln, Leistungsträger erhalten. S. 3-23. 2. Aufl. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Roth, I.-M. (2016). Von der Idee zum next big thing: Wie Startups externe Kommunikation einsetzen. Baden-Baden: Verlag Nomos.
- Immerschitt, W., Stumpf, M. (2014). Employer Branding für KMU – Der Mittelstand als attraktiver Arbeitgeber, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Verhoeven, T. (2016). Candidate Experience: Ansätze für eine positiv erlebte Arbeitgebermarke im Bewerbungsprozess und darüber hinaus. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Walter, B., Kremmel, D. (2016). Employer Brand Management. Arbeitgebermarken aufbauen und steuern. Wiesbaden: Springer Gabler.



Prof. Dr. Astrid Nelke  
Prof. Dr. Angela Bittner-Fessler

